



มหาวิทยาลัยรังสิต

รายละเอียดของรายวิชา

วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ สื่อสารการตลาดดิจิทัลและแบรนด์ดิ้ง
หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต สื่อสารการตลาดดิจิทัลและแบรนด์ดิ้ง ปี พ.ศ. 2568

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

IMC220	การสร้างสรรค์เรื่องเล่าตราสินค้า (Creative Brand and Storytelling)	3 (3-0-6)
วิชาบังคับร่วม	-	
วิชาบังคับก่อน	-	
ภาคการศึกษา	1/2568	
กลุ่ม	01, 02	
ประเภทของวิชา	☐ วิชาปรับพื้นฐาน ☐ วิชาศึกษาทั่วไป ☒ วิชาเฉพาะ ☐ วิชาเลือกเสรี	
อาจารย์ผู้รับผิดชอบ	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ	อาจารย์ประจำ
อาจารย์ผู้สอน	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ	☒ อาจารย์ประจำ ☐ อาจารย์พิเศษ
สถานที่สอน	อาคาร 15 มหาวิทยาลัยรังสิต	☒ ในที่ตั้ง ☐ นอกที่ตั้ง
วันที่จัดทำ	วันที่ 12 สิงหาคม 2568	

หมวดที่ 2 วัตถุประสงค์ของรายวิชาและส่วนประกอบของรายวิชา

1. วัตถุประสงค์ของรายวิชา

1. เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างเนื้อหาสำหรับสื่อดิจิทัล
2. เพื่อให้เรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารตราสินค้า
3. เพื่อให้เข้าใจและเกิดทักษะในการเล่าเรื่องผ่านการสื่อสารตราสินค้า

2. คำอธิบายรายวิชา

แนวคิด องค์ประกอบ และบทบาทการเล่าเรื่องที่มีต่อการสื่อสารตราสินค้า การศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำไปสู่การสร้างเรื่องเล่าตราสินค้าที่มีเอกลักษณ์ผ่านหลากหลายช่องทางเน้นการวิเคราะห์กรณีศึกษาและการนำผลการวิจัยมาประยุกต์ใช้

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษา

มี3.....ชั่วโมง/สัปดาห์

- ☒ e-mail : chutimun.l@rsu.ac.th
- ☐ Facebook :
- ☐ Line :
- ☐ อื่น ระบุ.....

4. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (Course Learning Outcomes: CLOs) :

- 1) สามารถกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างประสบการณ์และสร้างสรรค์เรื่องเล่าแบรนด์ได้อย่างเหมาะสม
- 2) มีจรรยาบรรณวิชาชีพในการสร้างสรรค์เรื่องเล่าแบรนด์
- 3) สามารถปรับตัวและปฏิบัติงานเพื่อการสร้างสรรค์เรื่องเล่าแบรนด์ภายใต้เงื่อนไขต่างๆได้อย่างเหมาะสม

หมวดที่ 3 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

การพัฒนาผลการเรียนรู้รายวิชาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้านที่มุ่งหวัง มีดังต่อไปนี้

วิชา IMC220 การสร้างสรรค์เรื่องเล่าตราสินค้า		ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามเกณฑ์มาตรฐานคุณวุฒิ			
การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ย่อย (Sub PLOs)	1.ความรู้	2.ทักษะ	3.จริยธรรม	4.ลักษณะส่วนบุคคล
PLO 2 : บัณฑิตสามารถดำเนินการศึกษาวิเคราะห์วางแผนและกำหนดกลยุทธ์ดำเนินการสร้างสรรค์และการสื่อสารแบรนด์ ตลอดจนติดตามและประเมินผลการสื่อสารและคุณค่าแบรนด์ได้อย่างเหมาะสม	PLO 2.2 บัณฑิตมีความสามารถประยุกต์ความรู้และทักษะ เพื่อวางแผนและกำหนดกลยุทธ์แก้ไขปัญหาการสร้างและสื่อสารเพื่อส่งเสริมคุณค่าแบรนด์ที่เหมาะสม		2.2 สามารถวางแผนและกำหนดกลยุทธ์แก้ไขปัญหาการสร้างและสื่อสารเพื่อส่งเสริมคุณค่าแบรนด์ที่		

			เหมาะสม		
PLO 3 :บัณฑิตมีคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสาธารณะเพื่อประโยชน์ของสังคมโดยรวม	PLO 3.1 บัณฑิตมีคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาการ/วิชาชีพด้านการสื่อสารแบรนด์			3.1 มีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณทางวิชาการ/วิชาชีพด้านการสื่อสารแบรนด์	
PLO 4 : บัณฑิตมีความสนใจใฝ่รู้ ว่องไวต่อการเปลี่ยนแปลง และสามารถสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อนร่วมงานได้	PLO 4.2 บัณฑิตเป็นผู้มีความว่องไวต่อการเปลี่ยนแปลง สามารถปรับตัวปฏิบัติงานด้านการสื่อสารแบรนด์ภายใต้สภาพหรือเงื่อนไขต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม				4.2 มีความว่องไวต่อการเปลี่ยนแปลง สามารถปรับตัวปฏิบัติงานด้านการสื่อสารแบรนด์ภายใต้สภาพหรือเงื่อนไขต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม

1. ความรู้

PLO			
(Sub PLOs)	สาระผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล

2. ทักษะ

PLO 2 สามารถดำเนินการศึกษาวิเคราะห์ วางแผนและกำหนดกลยุทธ์ ดำเนินการสร้างสรรค์และการสื่อสารแบรนด์ ตลอดจนถึงติดตามและประเมินผลการสื่อสารและคุณค่าแบรนด์ได้อย่างเหมาะสม			
(Sub PLOs)	สาระผลลัพธ์การเรียนรู้ รายวิชา (CLOs)	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
PLO 2.2 บัณฑิตมีความสามารถประยุกต์ความรู้และทักษะ เพื่อวางแผนและกำหนดกลยุทธ์แก้ไขปัญหาการสร้างสรรค์และสื่อสารเพื่อส่งเสริมคุณค่าแบรนด์ที่เหมาะสม	2.2 สามารถกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างประสบการณ์และสร้างสรรค์เรื่องเล่าแบรนด์ได้อย่างเหมาะสม	- บรรยายและยกตัวอย่างกรณีศึกษา - อภิปรายแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในชั้นเรียน - มอบหมายงานที่ส่งเสริมการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ ผ่านกระบวนการค้นคว้าเพิ่มเติม และนำเสนอหน้าชั้นเรียน	- ประเมินและให้คะแนนจากงานที่มอบหมาย - ประเมินผลจากโครงงาน

3. จริยธรรม

PLO 3 มีคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสาธารณะเพื่อประโยชน์ของสังคมโดยรวม			
(Sub PLOs)	สาระผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
PLO 3.1 บัณฑิตมีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณทางวิชาการ/วิชาชีพด้านการสื่อสารแบรนด์	3.1 มีจรรยาบรรณวิชาชีพในการสร้างสรรค์เรื่องเล่าแบรนด์	- บรรยาย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับการสร้างสรรค์เนื้อหาบนสื่อดิจิทัลโดยยึดหลักธรรมาภิบาล จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ - สอดแทรกเนื้อหาด้านความมีวินัย ตรงต่อเวลา รับผิดชอบตนเองและสังคม	- ประเมินจากพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน การอภิปราย แสดงความคิดเห็น และการส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามเวลาที่กำหนด - ประเมินจากโครงงานที่นำเสนอเรื่องความมีคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ

4. ลักษณะบุคคล

PLO 4 มีความสนใจใฝ่รู้ ว่องไวต่อการเปลี่ยนแปลง และสามารถสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อนร่วมงานได้			
(Sub PLOs)	สาระผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
PLO 4 : บัณฑิตมีความสนใจใฝ่รู้ ว่องไวต่อการเปลี่ยนแปลง และสามารถสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อนร่วมงานได้	4.2 สามารถปรับตัวและปฏิบัติงานเพื่อสร้างสรรค์เรื่องเล่า แบรินด์ภายใต้เงื่อนไขต่างๆได้อย่างเหมาะสม	มอบหมายงานโครงการทำงานเป็นกลุ่มเกี่ยวกับการสร้างสรรค์เรื่องเล่าแบรินด์	- สังเกตพฤติกรรมการทำงานเป็นกลุ่ม - ประเมินและให้คะแนนจากงานที่มอบหมาย

หมวดที่ 4 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอนและสื่อที่ใช้	จำนวนชั่วโมง	ผู้สอน
1	แนะนำเนื้อหาวิชา วัตถุประสงค์การเรียนรู้ แนวการสอนและการวัดผล	- บรรยายเนื้อหาหัวข้อการสอน วัตถุประสงค์ วิธีการสอน การวัดผล - สื่อการสอน Google Classroom	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ
2	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเนื้อหาและการสร้างสรรค์เนื้อหาสำหรับสื่อดิจิทัล	- บรรยายและยกตัวอย่าง - สื่อการสอน Google Classroom -บทความเรื่อง “The Complete Guide to Using Storytelling in Content Marketing”	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	จำนวน ชั่วโมง	ผู้สอน
3	Cooperate Brand Product Brand Service Brand	• บรรยายและยกตัวอย่าง • อภิปรายกลุ่มจากกรณีศึกษาที่มอบหมายให้นักศึกษาค้นคว้ามา • สื่อการสอน Google Classroom		
4	การสร้างเอกลักษณ์และ อัตลักษณ์ขององค์กร สินค้าและบริการ	• บรรยายและยกตัวอย่าง กรณีศึกษาทั้งในและต่างประเทศ • สื่อการสอน Google Classroom	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ
5	การเล่าเรื่องตราสินค้า สำหรับสื่อดิจิทัล	• บรรยายและยกตัวอย่าง กรณีศึกษาการเล่าเรื่องตราสินค้าสำหรับสื่อดิจิทัลทั้งในและต่างประเทศ • นักศึกษาฝึกปฏิบัติการการเล่าเรื่องตราสินค้าสำหรับองค์กร สินค้าและบริการ • สื่อการสอน Google Classroom	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ
6	การรวบรวมและการ สังเคราะห์เนื้อหา	• บรรยายและยกตัวอย่าง • มอบหมายให้นักศึกษาลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ ทุติยภูมิ	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	จำนวน ชั่วโมง	ผู้สอน
7	การออกแบบตราสินค้า และส่วนที่เกี่ยวข้อง	• บรรยายและสาธิต • นักศึกษาฝึกปฏิบัติการออกแบบตราสินค้า อัตลักษณ์องค์กร สินค้าและบริการ • สื่อการสอน แอปพลิเคชั่น Canva	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ
8	Term-break			
9	การสร้างสรรค์เนื้อหา สำหรับองค์กรธุรกิจ	• บรรยายและยกตัวอย่าง กรณีศึกษา องค์กรธุรกิจที่ประสบความสำเร็จทั้งในและ ต่างประเทศ • สื่อการสอน Google Classroom	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ
10	การเล่าเรื่องตราสินค้าของ ธุรกิจ	• บรรยายและยกตัวอย่าง กรณีศึกษา องค์กรธุรกิจที่ประสบความสำเร็จทั้งในและ ต่างประเทศ • มอบหมายให้นักศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ การเล่าเรื่องตราสินค้าที่สนใจคนละ 1 ธุรกิจ • สื่อการสอน Google Classroom	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ
11	แนวทางการสื่อสารตรา สินค้าสำหรับสื่อดิจิทัล	• บรรยายและยกตัวอย่าง กรณีศึกษา องค์กรธุรกิจที่ประสบ	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	จำนวน ชั่วโมง	ผู้สอน
		ความสำเร็จทั้งในและ ต่างประเทศ สื่อการสอน Google Classroom		
12	แนวทางการเล่าเรื่องตรา สินค้าข้ามสื่อ	- บรรยายและยกตัวอย่าง กรณีศึกษาองค์การธุรกิจที่ประสบความสำเร็จทั้งในและต่างประเทศ - สื่อการสอน Google Classroom	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ
13	รายงานความคืบหน้า โครงการ (1)	กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในชั้นเรียน	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ
14	รายงานความคืบหน้า โครงการ (2)	กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในชั้นเรียน	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ
15	จรรยาบรรณวิชาชีพใน การสร้างสรรค์เรื่องเล่าแบ รอนด์	บรรยายและยกตัวอย่างกรณีศึกษาเรื่องจรรยาบรรณวิชาชีพ	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ
16	การนำเสนอโครงงาน Final Project	กิจกรรมนำเสนอโครงงาน Final Project	3	ดร.ชุติมันต์ เหลืองทองคำ
รวม			45	

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	ลำดับที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
2.2,4.2	การนำเสนอ Final Project	13,14,16	40%
3.1	การเข้าชั้นเรียน การมีส่วนร่วม อภิปราย เสนอความคิดเห็นในชั้นเรียน	ตลอดภาคการศึกษา	10%

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
2.2,4.2	วิเคราะห์กรณีศึกษา ค้นคว้า การฝึกปฏิบัติจากงานที่มอบหมาย การทำงานกลุ่มและผลงาน	3,5,6,7,10	50%

3. ความสอดคล้อง Course Learning Outcome (CLOs) กับผลลัพธ์การเรียนรู้

CLOs	1.ความรู้			2.ทักษะ			3.จริยธรรม			4.ลักษณะบุคคล		
	1.1	1.2	1.3	2.1	2.2	2.3	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2	4.3
CLO 1 สามารถกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างประสบการณ์และสร้างสรรค์เรื่องเล่าแบรนด์ได้อย่างเหมาะสม					✓							
CLO 2 มีจรรยาบรรณวิชาชีพในการสร้างสรรค์เรื่องเล่าแบรนด์							✓					
CLO 3 สามารถปรับตัวและปฏิบัติงานเพื่อการสร้างสรรค์เรื่องเล่าแบรนด์ภายใต้เงื่อนไขต่างๆได้อย่างเหมาะสม											✓	

หมวดที่ 5 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. ตำราและเอกสารหลัก

จิราภรณ์ กลิ่นสุคนธ์. (2566). เอกสารประกอบการบรรยาย IMC220 การสร้างสรรค์เรื่องเล่า
ตราสินค้า. ปทุมธานี : วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

-

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

จิราภรณ์ กลิ่นสุคนธ์. (2566). เอกสารประกอบการบรรยาย IMC220 การสร้างสรรค์เรื่องเล่า
ตราสินค้า. ปทุมธานี : วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

พนม คลี่ฉายา. (2564). การออกแบบสารเพื่อการสื่อสารแบบบูรณาการ. กรุงเทพมหานคร :
โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรวรรณ องค์กรุฑรศึกษา. (2561). การบริหารภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ที่พึงประสงค์ของสินค้า

- และองค์กร. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรินดา (ผู้แปล). (2559). แบรินด์ดี มีแต่ได้. กรุงเทพมหานคร : บริษัท โปสท์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน).
- สกุลศรี ศรีสารคาม และคณะ. (2565). การเล่าเรื่องข้ามสื่อและกลยุทธ์การสื่อสารหลากหลายแพลตฟอร์ม. กรุงเทพมหานคร : กองทุนวิจัยและพัฒนากรรมการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ.
- สรรค์ชัย เตียวประเสริฐกุล. Digital SMEs Strategy. (2555). กรุงเทพมหานคร : เลิฟ แอนด์ ลิฟ.
- สโรจ เลาศิริ. (2565). สื่อสารการตลาดแบบไร้รอยต่อ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน).
- สิทธิ์ อีรสรณ์. (2562). การสื่อสารทางการตลาด. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Michael Brenner. (2022). What Is Brand Storytelling?. (Online). Retrieve from : <https://marketinginsidergroup.com/strategy/brand-storytelling-defined/>. August 2022.
- Vanhishikha Bhargava. (2021). The Complete Guide to Using Storytelling in Content Marketing. (Online). Retrieve from : <https://storychief.io/blog/complete-guide-storytelling-content-marketing>.

หมวดที่ 6 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลกระบวนการวิชาโดยนักศึกษา

- ☒ การประเมินประสิทธิภาพการสอนโดยนักศึกษา
- ☐ แบบประเมินกระบวนการวิชา
- ☐ การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- ☐ การสะท้อนคิด จากพฤติกรรมของผู้เรียน
- ☐ ข้อเสนอแนะผ่านช่องทางออนไลน์ ที่อาจารย์ผู้สอนได้จัดทำเป็นช่องทางการสื่อสารกับนักศึกษา
- ☐ อื่นๆ (ระบุ)

2. กลยุทธ์การประเมินการจัดการเรียนรู้

- ☐ แบบประเมินผู้สอน
- ☐ สะท้อนโดยนักศึกษา
- ☐ ผลการสอบ
- ☒ การทวนสอบผลประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้
- ☐ การประเมินโดยคณะกรรมการกำกับมาตรฐานวิชาการ

☐ การสังเกตการณ์สอนของผู้ร่วมทีมการสอน

☐ อื่นๆ (ระบุ)

3. กลไกการปรับปรุงการจัดการเรียนรู้

☐ สัมมนาการจัดการเรียนการสอน

☐ การวิจัยในและนอกชั้นเรียน

☐ อื่นๆ (ระบุ)

4. กระบวนการทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้ของกระบวนวิชาของนักศึกษา

☒ มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบรายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

☐ การทวนสอบการให้คะแนนการตรวจผลงานของนักศึกษาโดยกรรมการประจำภาควิชาและคณะ

☐ การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์ หรือผู้ทรงคุณวุฒิอื่น ๆ ที่ไม่ใช่อาจารย์ประจำหลักสูตร

☐ อื่นๆ (ระบุ)

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของกระบวนวิชา

☒ ปรับปรุงกระบวนวิชาในแต่ละปี ตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบตามข้อ 4

☐ ปรับปรุงกระบวนวิชาในแต่ละปี ตามผลการประเมินผู้สอนโดยนักศึกษา

☐ อื่นๆ (ระบุ)